

# 시청자와 소통하며 함께 만들어 가는 새로운 통합마케팅



시청자가 선택한 다시듣고 싶은 주제 '훈육과 공부'로 소통중인 MC 김태균, 노규식 박사, 강성태 대표.

## 엄빠교실?

두아이의 아버지지만 '엄빠'라는 단어를 처음 접했을 때 오타라고 생각할 만큼 어색했다. 엄빠교실이란 엄마와 아빠를 위한 교실(수업)을 의미한다. 아이를 키우면서 이 세상에서 가장 큰 기쁨과 동시에 고통을 경험하게 되었고, 지금도 변함없이 끝이 없는 육아 블랙홀을 체험중이다. '엄마도 엄마가 처음이야' 라는 말처럼 좋은 아빠, 엄마가 되기 위해서 누군가가 도와주기를 계속 바랐던 것 같다.

〈아이들나라와 함께하는 엄빠교실〉은 엄마, 아빠들에게 좋은 선생님이자 궁금한이야기와 고민을 터놓을 수 있는 공간이 되고 있다. 처음에는 LG유플러스의 IPTV 서비스인 '아이들나라'를 TV 협찬과 디지털 콘텐츠 제작으로 단순 프로모션하려고 했지만 코로나로 인해 힘들

어하는 엄마아빠들을 위해 솔루션을 제공해주고 싶다는 광고주의 의지가 너무 컸다. 특히, SBS는 '우리 아이가 달라졌어요', '영재발굴단'을 제작한 노하우가 있기 때문에 좋은 파트너가 될 수 있었다. 〈아이들나라와 함께하는 엄빠교실〉은 국내 최다 프리미엄 교육 콘텐츠를 확보하고 있는 LG유플러스와 교육콘텐츠 제작 및 유튜브 라이브 등의 노하우를 보유한 SBS 디지털스튜디오 모비딕, 영재발굴단 MC였던 킬투의 김태균 그리고 매회 주제별로 최고의 전문가들의 협업으로 제작되고 있다.

## 언택트가 가져다 준 새로운 마케팅

그렇게 시작된 〈아이들나라와 함께하는 엄빠교실〉은 일방적으로 '아이들나라' 서비스를 보여주기 보다는 아이들이 더욱 효과적으로 학습할 수 있도록 엄마 아빠들도

함께 공부하고 고민을 들어주고 소통하는 컨셉으로 진화되었다. 라이브로 진행하면서 현장에서 질문한 것들을 전문가가 바로 답해주고 방송 중에 소화하지 못한 질문들은 '엄빠교실 인스타그램'을 통해 추가로 답변을 해주고 있다.

변화하는 시대적 환경에 맞추어 아이들에게 필요한 학습법과 좋은 콘텐츠의 필요성을 강조하여 궁극적으로는 LG 유플러스 '아이들나라'의 장점을 어필할 수 있는 새로운 포맷의 광고, 캠페인이 되었다.

만들어진 콘텐츠와 이미지로 홍보하는 것에서 벗어나 고객들과 함께 콘텐츠를 만들어가면서 그 속에 스토리와 가치를 담음으로써 차별화되고 차원 높은 서비스를 제공하는, 코로나 이전에는 쉽게 생각할 수 없었던 언택트하면서 만남과 소통이 있는 의미 있는 마케팅이 새롭게 탄생했다.

**시청자들의 열띤 호응, TV·커머스까지 플랫폼 확대 예정**  
 〈아이들나라와 함께하는 엄빠교실〉은 매주 일요일 밤

10시, 유튜브 채널 SBS Entertainment 에서 1시간 동안 방송되며 LG U+TV 960번에서도 시청 가능하다.

그동안 방송되었던 주요 내용으로는 독서교육(백희나 작가), 성교육(배정원 대한성학회장), 코로나시대 야외활동(허양임 의사), 키성장과 발달(박미정 의사), 영어교육(이상민 교수), 올바른 훈육(노규식 박사), 슬기로운 유치원 생활(김창숙 교수), 공부습관(강성태 대표), 육아에 지친엄빠(김미경 대표)등이 있었고 시즌2에서는 요즘시대 요즘 엄빠되기, 경제교육, 언택트 시대 잘놀이 등의 주제로 각 전문가들과 함께 방송을 준비하고 있다.

최초 시즌1(10회)으로 기획되었지만 전체 누적 조회수가 1,700만이 넘을 정도로 예상치 못한 시청자들의 반응과 연장 요청이 있어 시즌2가 12월말까지 방송될 계획이다. 내년에는 TV프로그램으로의 플랫폼 확장을 고려 중이며 다른 컨셉과 주제로 커머스까지 연계시키는 것도 검토 중에 있다. 콘텐츠를 함께 만들어가고 고객과의 살아있는 소통에 관심을 가지고 있는 광고주분들의 연락을 기대해본다. **K A A**



- 1 엄마, 아빠의 성장과 회복에 대한 강의, 김미경 대표.
- 2 채팅창에 참여해서 질문과 상담, 공감을 하는 시청자들과 MC 김태균.
- 3 '엄빠교실' 로고.